

PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN MELALUI STRATEGI PEMASARAN PADA PELAKU BISNIS PERALATAN OLAH RAGA DI PROVINSI JAWA TENGAH

Agus Budi Santosa¹, Agung Nusantara², Sri Nawatmi³

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank, Semarang Indonesia

agusbudi@edu.unisbank.ac.id, nusantara@edu.unisbank.ac.id, nawatmi@edu.unisbank.ac.id

Abastrak

Pemberdayaan di sektor industri olahraga diarahkan kepada pembinaan yang diharapkan akan menjadikan para stakeholder untuk lebih memahami lingkungan pasar saat ini dan meningkatkan jiwa kewirausahaan. Dengan demikian maka industri olahraga dapat memperoleh peluang dan menghadapi tantangan serta memperoleh kesiapan untuk ikut serta dalam kompetisi dalam bisnis industri olahraga. Jika kita menganalisis kinerja bisnis peralatan olahraga, maka salah dua permasalahan yang muncul adalah strategi pemasaran dan kelemahan jiwa kewirausahaan. Langkah nyata dilakukan mengatasi permasalahan tersebut dengan memberikan pelatihan langsung kepada pelaku bisnis peralatan pada dua bidang tersebut. Pelaku bisnis mendapatkan pemahaman secara teori dalam hal strategi pemasaran maupun peningkatan jiwa kewirausahaan. Pemahaman tersebut kemudian memunculkan ide-ide baru berkaitan dengan bisnis peralatan olahraga, diantaranya perluasan pasar di daerah lain, inovasi peralatan olahraga, peningkatan motivasi dalam menjalankan bisnis, dengan demikian kinerja pelaku bisnis peralatan olahraga akan meningkat.

Kata Kunci: pemberdayaan, kewirausahaan, kinerja busnis, pelatihan

Abstract

Empowerment in the sports industry sector is directed towards coaching that is expected to make stakeholders to better understand the current market environment and enhance the spirit of entrepreneurship. Thus, the sports industry can get opportunities and face challenges and get prepared to participate in competition in the sports industry business. If we analyze the performance of the sports equipment business, then one of the two problems that arises is the marketing strategy and the weakness of the entrepreneurial spirit. Concrete steps are taken to overcome these problems by providing training directly to equipment business people in these two fields. Business gain a theoretical understanding in terms of marketing strategies and enhancing the spirit of entrepreneurship. This understanding then gave rise to new ideas related to the sports equipment business, including expanding markets in other areas, sports equipment innovation, increasing motivation in running a business, thus the performance of sports equipment business players would increase

Key Words: empowerment, entrepreneurship, business performance, training

PENDAHULUAN

Pengertian Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang- barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Tujuan kegiatan pemasaran untuk memenuhi kebutuhan pasar dengan barang dan atau jasa, Ada beberapa definisi mengenai pemasaran diantaranya adalah :

1. Pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.
2. Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli maupun pembeli potensial.

Konsep-konsep inti pemasaran meliputi: kebutuhan, keinginan, permintaan, produksi, utilitas, nilai dan kepuasan; pertukaran, transaksi dan hubungan pasar, pemasaran dan pasar. Kebutuhan adalah suatu keadaan dirasakannya ketiadaan kepuasan dasar tertentu. Keinginan adalah kehendak yang kuat akan pemuas yang spesifik terhadap kebutuhan-kebutuhan yang lebih mendalam. Sedangkan Permintaan adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung dengan kemampuan dan kesediaan untuk membelinya.

Dalam pemasaran terdapat enam konsep yang merupakan dasar pelaksanaan kegiatan pemasaran suatu organisasi yaitu :

1. Konsep produksi

Konsep produksi berpendapat bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dimana-mana dan harganya murah. Konsep ini berorientasi pada produksi dengan mengerahkan segenap upaya untuk mencapai efisiensi produk tinggi dan distribusi yang luas.

2. Konsep produk

Konsep produk mengatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, performansi dan ciri-ciri yang terbaik. Tugas manajemen disini adalah membuat produk berkualitas, karena konsumen dianggap menyukai produk berkualitas tinggi dalam penampilan dengan ciri – ciri terbaik

3. Konsep penjualan

Konsep penjualan berpendapat bahwa konsumen, dengan dibiarkan begitu saja, organisasi harus melaksanakan upaya penjualan dan promosi yang agresif.

4. Konsep pemasaran

Konsep pemasaran mengatakan bahwa kungsi untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

5. Konsep pemasaran sosial

Konsep pemasaran sosial berpendapat bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan dengan cara yang lebih efektif dan efisien daripada para pesaing dengan tetap melestarikan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

6. Konsep Pemasaran Global

Pada konsep pemasaran global ini, manajer eksekutif berupaya memahami semua faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi pemasaran melalui manajemen strategis yang mantap. tujuan akhirnya adalah berupaya untuk memenuhi keinginan semua pihak yang terlibat dalam perusahaan.

Pada saat ini pemasaran memegang peran penting suatu industri, karena pemasaran akan berkaitan dengan bidang lain dalam suatu perusahaan yaitu produksi. Dengan strategi pemasaran yang baik, maka *turn over* barang atau jasa menjadi tinggi yang akan berdampak pada pertumbuhan penjualan dan laba perusahaan. Salah satu sector industry yang berkembang saat ini adalah industri olahraga telah menjadi komoditas yang tidak terelakkan, dan sudah menjadi bahasan yang sebenarnya muncul dalam kehidupan sehari-hari disegala aspek. Hal ini ditandai dengan munculnya perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang olahraga baik dari skala nasional ataupun internasional. Ada baiknya kita perlu mengetahui tentang apa itu pengertian industri.

Industri Olahraga dapat ditarik pengertiannya sebagai sesuatu kegiatan bisnis yang dilakukan dengan cara memproses atau mengilahkan barang dan jasa secara terus menerus dalam ruang lingkup kegiatan keolahragaan seperti pengelolaan sarana dan prasarana olahraga yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan baik itu bagi industri itu sendiri, masyarakat serta *stakeholder*.

Sedangkan menurut pengertian dari Brown dan Petrello (1976) menyatakan bahwa bisnis olahraga adalah usaha yang meliputi bidang keolahragaan baik itu menciptakan atau memproduksi suatu produk yang berkaitan dengan olahraga ataupun kegiatan jasa olahraga dan kemudian memasarkan kepada masyarakat atau konsumen.

Pertumbuhan industri olahraga tentu akan merangsang munculnya inovasi dalam perkembangan keolahragaan, memunculkan industri kreatif dalam penyediaan sarana dan prasarana sehingga akan menumbuhkan daya saing baik di industri lokal ataupun di pasar dunia atau memunculkan hubungan kerja sama antara industri olahraga yang berskala kecil dan menengah dengan industri olahraga besar. Dengan adanya kerja sama tersebut diharapkan menjadi suatu kebijakan dalam menciptakan lapangan kerja dan daya saing ekonomi. Proses industrialisasi itu biasanya akan dibarengi dengan percepatan kemajuan teknologi, proses pelatihan sumber daya manusia dan kemudian peningkatan produktifitas, (dan dengan demikian juga upah riil dan pendapatan meningkat) dibandingkan kalau hanya mengandalkan sektor pertanian.

Permasalahan Khalayak Sasaran

Pemberdayaan di sektor industri olahraga diarahkan kepada pembinaan yang diharapkan akan menjadikan para *stakeholder* untuk lebih memahami lingkungan pasar saat ini. Mampu melakukan analisis dan pengembangan usahanya serta mampu mengambil keputusan dan pengembangan usahanya serta mampu mengambil keputusan dan tindakan yang paling baik dan tepat bagi dirinya untuk pengembangan usahanya sendiri.

Dengan pemberdayaan diharapkan pula akan menumbuhkan kesadaran tentang posisi dirinya di tengah-tengah dunia usaha. Dengan pemberdayaan tersebut maka industri olahraga dapat memperoleh peluang dan menghadapi tantangan serta memperoleh kesiapan untuk ikut serta dalam kompetisi industri olahraga dunia. Kompetitif dengan negara-negara maju tidak boleh tidak industri olahraga harus memacu diri dan mengejar ketinggalan dan kekurangan-kekurangan dengan tetap berpegang teguh pada kekuatan sendiri. Meskipun demikian permasalahan pengembangan industri olahraga di Indonesia memiliki permasalahan diantaranya yaitu :

1. Permasalahan permodalan,
2. Lemah dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar,
3. Keterbatasan pemanfaatan dan penguasaan teknologi,
4. Masalah dalam strategi pemasaran produk,
5. Lemah dalam jaringan usaha dan kerja sama usaha,
6. Kelemahan dalam mentalitas usaha dan kewirausahaan.

Dalam penjelasan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, telah diuraikan bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Namun demikian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah masih menghadapi berbagai hambatan dan kendala, terutama dalam hal produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, desain dan teknologi, permodalan, serta iklim usaha.

Kendala dan hambatan tersebut tentu saja juga dirasakan pada pelaku usaha industri olahraga, yang pada umumnya "bermain" disegmen usaha mikro. Kemajuan industri mikro olahraga memiliki nilai strategis karena terkait dengan upaya pemberdayaan ekonomi rakyat kecil dan merupakan bagian dari upaya pengentasan kemiskinan. Iklim usaha yang kondusif di sektor industri olahraga juga menjadi indikator bahwa pembangunan olahraga sebenarnya memiliki dampak pengiring yang sangat luas. Dampak tersebut tidak sekadar dibatasi pada komunitas olahraga, tetapi juga pada

masyarakat secara luas, terkait dengan persoalan kesejahteraan sosial.

Sejalan dengan peningkatan derap industri, nilai produksi terus menunjukkan peningkatan. Peningkatan nilai produksi ini dimungkinkan oleh adanya peningkatan daya saing produk-produk industri olahraga. Peningkatan daya saing tersebut tentunya disertai adanya peningkatan daya beli masyarakat dan pencapaian prestasi melalui produk-produk industri olahraga terutama dalam menembus pasaran nasional.

Untuk menembus pasaran tersebut perlu terobosan baru. Dan untuk merangsang para pengusaha dalam pengembangan diri, dan menghadapi era perdagangan bebas, maka Pemerintah Daerah sangat diharapkan sebagai motivator untuk memberikan berbagai kemudahan. Pemerintah dapat memberi kemudahan administrasi maupun kebijakan-kebijakan yang langsung dapat menunjang perkembangan industri olahraga.

Tujuan Kegiatan

Kegiatan pelatihan pemasaran ini memiliki tujuan untuk :

1. Menanamkan jiwa kewirausahaan kepada pelaku bisnis peralatan olah raga
2. Meningkatkan kemampuan dan kreativitas pelaku bisnis peralatan olah raga dalam berbagai kegiatan, khususnya menyangkut kewirausahaan

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan penyuluhan ini dilaksanakan dengan metode seminar dan diskusi. Pelaksanaan metode ini secara terperinci dibagi menjadi beberapa kegiatan, yaitu:

1. Metode penyampaian dilakukan ceramah interaktif dan pelatihan tentang pemasaran dan jiwa kewirausahaan
2. Diskusi dan Tanya jawab
3. Monitoring dan Evaluasi

Target Luaran

Dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini memiliki target luaran yang ingin dicapai, yaitu :

1. Peningkatan pemahaman pemasaran dan jiwa kewirausahaan pada pelaku bisnis peralatan olah raga khususnya yang berkaitan bisnis.
2. Pelaku bisnis peralatan olah raga lebih bisa memberikan motivasi tentang pemasaran dan kewirausahaan dalam memberikan efek multiplier pada sektor perekonomian masyarakat.
3. Peningkatan partisipasi sektor UMKM peralatan olah raga dalam kualitas maupun kuantitas.

Pelaksanaan Kegiatan

Perlengkapan olahraga menjadi salah satu peluang bisnis yang waktu ini masih terbuka lebar untuk dijalankan, selain peminat bisnis ini yang semakin banyak, pada kenyataannya pesaing dalam bisnis ini masih relatif kecil. Padahal potensi pasar dalam bisnis ini sangat menjanjikan dilihat dari unsur keuntungannya. Faktor penyebab mengapa tidak banyak pesaing dalam bisnis perlengkapan olahraga adalah karena kurangnya informasi, kurangnya modal usaha dan minimnya pengetahuan, pelaku ekonomi pada bisnis ini. Jika kita menganalisis kinerja bisnis peralatan usaha, maka salah satu permasalahan yang muncul adalah meliputi beberapa unsur :

1. Masalah Strategi pemasaran.

Kelemahan manajemen usaha kecil dan menengah salah satunya tampak pada lemahnya strategi pemasaran sehingga sulit meningkatkan pangsa pasar bisnis peralatan olah raga. Umumnya usaha bisnis peralatan olahraga menggunakan strategi pemasaran yang pasif, dengan mengandalkan kekuatan promosi personel selling.

2. Kelemahan dalam jiwa kewirausahaan.

Pada umumnya industri olahraga sedikit sekali yang memiliki kreatifitas dan inovasi, kemandirian dan semangat untuk maju, yang dalam bisnis dikenal dengan jiwa kewirausahaan. Ketiga unsur tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam berkembangnya dan kelangsungan bisnis. Oleh karena itu pelaku bisnis harus memiliki jiwa kewirausahaan dalam menjalankan usahanya.

Dengan semakin meningkatnya persaingan bisnis termasuk pada industri peralatan olah raga maka perlu dilakukan peningatan jiwa kewirausahaan dan peningkatan strategi pemasaran bisnis peralatan olah raga. Langkah nyata dilakukan dengan memberikan pelatihan langsung kepada pelaku bisnis peralatan olah raga di Provinsi Jawa Tengah.

a. Peningkatan Jiwa Kewirausahaan

Metode yang dilakukan dengan melakukan ceramah dan diskusi interaktif berupa tanya jawab berkaitan dengan jiwa kewirausahaan. Kewirausahaan bisa didefinisikan sebagai suatu kemampuan kreatif dan inovatif dari pelaku ekonomi (wirausahawan) yang dijadikan dasar, sumberdaya, proses untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan menghadapi risiko. Nilai tambah tersebut dapat diciptakan dengan cara mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa yang lebih efisien, memperbaiki produk dan jasa yang sudah ada, dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada konsumen (Suryana, 2019). Oleh karena itu perlu ditumbuhkan jiwa kewirausahaan pada pelaku bisnis peralatan olah raga yang memiliki perilaku inovatif dan kreatif sehingga pelaku bisnis menyukai perubahan, pembauran, kemajuan dan tantangan.

Upaya memunculkan jiwa kewirausahaan dilakukan dengan memberikan ceramah dan diskusi yang meliputi materi :

1. Visi bisnis, para pelaku bisnis peralatan olah raga harus mempunyai visi, pandangan jauh ke depan sebagai sasaran yang akan dituju dalam perjuangannya meraih kesuksesan dalam bisnis.
2. Kreatif dan inovatif, seorang pelaku bisnis harus selalu kreatif dan inovatif sehingga akan selalu mempunyai gagasan atau ide, baik dalam bentuk produk, jasa, proses. Ini penting supaya bisnis mampu mengikuti perkembangan jaman sehingga produk yang dihasilkan selalu inovatif dan terbaru.
3. Kemampuan melihat peluang, karena kemampuan melalui peluang itulah ia bisa menjalankan usahanya dengan cara menciptakan pasar atau mengisi pasar, menciptakan produk dan mengembangkan produk
4. Orientasi pada kepuasan konsumen atau pelanggan, motif ini sangat penting bagi wirausaha karena konsumen penting dalam bisnis. Pelaku bisnis harus mampu memaksimalkan kepuasan konsumen baik dengan kualitas, harga, model.
5. Orientasi pada laba dan pertumbuhan bisnisnya, motif ini sangat menunjang dan membantu bisnis untuk terus bertahan. Oleh karena itu pelaku bisnis harus bisa mempertimbangkan aspek finansial yang berkaitan dengan cash flow perusahaan dan maksimalisasi laba.
6. Berani menanggung risiko, setiap bisnis pasti memiliki risiko karena adanya ketidakpastian. Oleh karena itu pelaku bisnis harus mampu memperkirakan risiko yang muncul dan cara meminimalkan risiko tersebut.
7. Berjiwa kompetisi dan jiwa pemberani, hal ini penting agar pelaku bisnis mampu menghadapi setiap pesaing dan memenangkan persaingan.
8. Cepat tanggap dalam menghadapi setiap permasalahan, bisnis selalu berkembang dan berubah. Hal ini mengharuskan kemampuan berubah dalam menghadapi perubahan baik dari aspek selera konsumen, regulasi dan persaingan bisnis.

b. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan rencana yang berisi penjabaran dari ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya dalam hal perubahan harga, model promosi, menentukan pilihan saluran distribusi. Strategi pemasaran yang baik dan benar sangat penting bagi perusahaan karena merupakan perencanaan dasar bagi perusahaan dan menciptakan keunggulan bersaing.

Pada pelaksanaan kegiatan ini, dilakukan metode ceramah dan diskusi interaktif dengan pelaku bisnis peralatan olahraga di Provinsi Jawa Tengah. Adapun materi strategi pemasaran meliputi :

1. Strategi Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar merupakan proses membagi pasar ke dalam kelompok pembeli yang berbeda berdasarkan kebutuhan, karakteristik maupun perilaku konsumen.

2. Strategi Penentuan Pasar Sasaran.

Yaitu pemilihan besar atau luasnya segmen sesuai dengan kemampuan suatu perusahaan untuk memasuki segmen tersebut. Sebagian besar perusahaan memasuki sebuah pasar baru dengan melayani satu segmen tunggal, dan jika terbukti berhasil, maka mereka menambah segmen dan kemudian memperluas secara vertikal atau secara horizontal

3. Strategi Penentuan Pasar

Sasaran Penentuan posisi pasar adalah strategi untuk merebut posisi segmen konsumen. Strategi ini menyangkut bagaimana membangun kepercayaan, keyakinan, dan kompetensi bagi pelanggan sehingga konsumen akan loyal pada suatu produk.



HASIL KEGIATAN

Setelah pelaksanaan kegiatan pelatihan dengan metode ceramah dan diskusi interaktif, maka sebagai evaluasi pelaksanaan dilakukan wawancara dengan pelaku bisnis peralatan olahraga. Hasil dari wawancara tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pelaku bisnis mendapatkan pemahaman secara teori dalam hal strategi pemasaran maupun peningkatan jiwa kewirausahaan. Pemahaman tersebut kemudian memunculkan ide-ide baru berkaitan dengan bisnis peralatan olah raga, diantaranya perluasan pasar di daerah lain, inovasi peralatan olahraga, peningkatan motivasi dalam menjalankan bisnis.
2. Meningkatkan kreativitas pelaku bisnis peralatan olah raga dengan memperluas usaha bisnis sebagai *event organizer* kegiatan olahraga
3. Munculnya ide peningkatan kapasitas produksi dengan melibatkan sektor perbankan dalam hal permodalan.

DAFTAR PUSTAKA

- Basuki, R. 2007. "Analisis hubungan antara motivasi, pengetahuan kewirausahaan, dan kemandirian usaha terhadap kinerja pengusaha pada kawasan industri kecil di daerah pulogadung." *Jurnal Usahawan* 2 (10): 1–8.
- Brown, R. D. dan G. J. Petrello. 1976, "*Introduction to Business, An Integration Approach*", Beverly Hills:Glen Coe Press.
- Chandra, Gregorius. 2002, "*Strategi dan Program Pemasaran*", Yogyakarta: Penerbit Andi Offset
- Dimas Hendika Wibowo Zainul Arifin Sunarti, 2015, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM", *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 29 No.1
- Glendoh, S. H. 2013. "Pembinaan dan pengembangan usaha kecil." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 3 (1)
- Kurniawati, D.P. 2013. "Pemberdayaan masyarakat di bidang usaha ekonomi (studi pada badan pemberdayaan masyarakat kota Mojokerto." *Jurnal Administrasi Publik* 1 (4)
- Suryana, 2019, "Kewirausahaan : Kiat dan Menuju Sukses Ed 4", Salemba Empat.